

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 16-DCC-10 du 21 janvier 2016
relative à la prise de contrôle conjoint par TF1 et FIFL de FLCP**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 27 novembre 2015, relatif à la prise de contrôle conjoint de la société FLCP par TF1 et la société FIFL, formalisée par une convention de cession signée le 9 novembre 2015 ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence, et notamment ses articles L. 430-1 à L. 430-7 ;

Vu les éléments complémentaires transmis par les parties au cours de l'instruction ;

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

A. LES PARTIES

1. **La société anonyme TF1** est à la tête du groupe TF1 (ci-après « TF1 »), principalement actif dans le secteur de la télévision gratuite et payante. Depuis 1987, date de sa privatisation et de l'entrée du groupe Bouygues dans son capital, TF1 est un groupe de communication intégré et ses métiers couvrent l'ensemble de la chaîne de valeur audiovisuelle : production et acquisition de droits audiovisuels, édition et commercialisation de chaînes de télévision gratuite et payante, commercialisation d'espaces publicitaires. Le groupe diffuse les chaînes gratuites TF1 (chaîne hertzienne historique), TMC, NT1, HD1, et LCI¹, ainsi que les chaînes payantes TV Breizh, Histoire, Ushuaia TV et Série Club. Il assure la régie publicitaire de l'ensemble des chaînes qu'il édite (à l'exception de Série Club), de chaînes dont il n'est pas l'éditeur (Numéro 23, beIN Sports, Cartoon Network, Boing et Boomerang), ainsi que d'autres supports médias (internet, radio, affichage numérique). Il est également vendeur de droits audiovisuels, éditeur et distributeur de DVD et Blu-ray et fournisseur d'un service de

¹ Voir la décision du Conseil supérieur de l'audiovisuel n°2015-526 du 17 décembre 2015 relative à la demande d'agrément de modification des modalités de financement du service de télévision hertzienne terrestre La Chaîne Info.

vidéo à la demande (« VàD »). TF1 est aussi présent dans le secteur du télé-achat avec sa filiale Téléshopping et dans la presse gratuite à travers sa filiale Metronews.

2. TF1 est contrôlé exclusivement par le groupe Bouygues qui détient 43,5 % de son capital. Outre les médias, le groupe Bouygues est notamment présent dans les secteurs des télécoms du BTP et de l'immobilier.
3. **FIFL** est une société holding contrôlée exclusivement par M. Fabrice Larue qui détient plus de [...] % de son capital. FIFL contrôle notamment **FLCP**, société holding spécialisée dans les médias, dont elle détient [...] % du capital et [...] % des droits de vote. Les autres actionnaires de FLCP sont [confidentiel] ([...] % du capital social), ses dirigeants ([...] % du capital social et [...] % des droits de vote), [confidentiel] ([...] % du capital social et [...] % des droits de vote), [confidentiel] ([...] % du capital social et [...] % des droits de vote) et [confidentiel] ([...] % du capital social et [...] % des droits de vote). FLCP détient, par l'intermédiaire de sa filiale FLCP Développement SAS, la totalité du capital et des droits de vote de la société Newen.
4. Newen est active dans le secteur des médias. Elle regroupe quatre sociétés de production qui produisent et vendent des programmes destinés à la télévision (notamment les séries *Plus Belle la Vie*, *Versailles* et *Candice Renoir*). Ces sociétés éditent également des sites internet dédiés à certains programmes qu'elles produisent et réalisent des vidéos et des sites internet pour des institutions et entreprises tierces. Newen dispose d'installations de production et de post-production. Elle détient ainsi [...] % du capital de la société Capa Développement et [...] % du capital de la société 17 juin Développement et Participations. Par l'intermédiaire de sa filiale TF et Associés, Newen contrôle également les sociétés Telfrance, Be Aware, Newen Distribution ainsi que d'autres sociétés actives dans les installations de production et de post-production (Studios de Marseille, Seenova, Costumes et Déco, Yellow thing, Studios Post & Prod).

B. L'OPERATION

5. L'opération notifiée, formalisée par une convention de cession signée le 9 novembre 2015, prévoit la prise de contrôle conjoint de FLCP par TF1 et FIFL. A l'issue de l'opération, TF1 détiendra 70 % du capital de FLCP. Le solde du capital sera détenu par FIFL ([...] %), [confidentiel] et [confidentiel] ([...] %) et [confidentiel] ([...] %) [confidentiel].
6. FLCP sera dirigée par un président, assisté d'un directeur général délégué. Le président sera désigné et révoqué par le conseil de surveillance, pour un mandat de quatre ans renouvelable. Le président pourra désigner et révoquer les dirigeants des filiales. [confidentiel] et [confidentiel] seront respectivement président et directeur général délégué de FLCP. Le conseil de surveillance sera composé de six membres, dont trois membres désignés par TF1 et trois membres désignés par FIFL. Le président, nommé parmi les membres désignés par TF1, ne disposera pas d'une voix prépondérante. Le conseil de surveillance sera notamment chargé d'autoriser l'adoption et la modification du budget et/ou du plan de développement à trois ans de Newen. Ses décisions sont prises à la majorité simple.
7. FLCP sera également dotée d'un comité opérationnel composé de six membres, dont trois membres désignés par TF1 et trois membres désignés par FIFL. Il sera informé de manière détaillée et préalable notamment de l'acquisition d'actifs ou de titres pour un prix supérieur à [...] d'euros, de la cession ou transferts d'actifs supérieurs à [...] d'euros, des investissements

ou désinvestissements supérieurs à [...] d'euros, des investissements en dehors des activités du groupe et de la conclusion [confidentiel].

8. En application de l'ensemble de ces dispositions, chacune des parties sera en mesure de bloquer l'adoption de décisions stratégiques de FLCP portant sur la nomination et la révocation des dirigeants, ainsi que l'adoption du budget et du plan de développement.
9. A l'issue de l'opération TF1 et FIFL exerceront donc une influence déterminante sur l'activité de FLCP. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle conjoint de FLCP par TF1 et FIFL, la présente opération constitue une opération de concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
10. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (Bouygues : 33,1 milliards d'euros au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2014 ; FIFL : [...] d'euros pour le même exercice). Deux au moins des entreprises concernées réalisent en France un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (Bouygues : 21,1 milliards d'euros au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2014 ; FIFL : [...] d'euros pour le même exercice). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne relève pas de la compétence de l'Union européenne. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au point I de l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. La présente opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

II. Délimitation des marchés pertinents

11. Les contenus audiovisuels destinés à une diffusion à la télévision couvrent des produits hétérogènes, comme des films, des téléfilms, des documentaires, des émissions de jeux, de divertissement, de plateau, des manifestations sportives, etc. Sur les marchés amont d'acquisition de droits, la pratique décisionnelle opère ainsi une première segmentation selon le type de contenus audiovisuels. Elle considère, en particulier, que les programmes de stock, (hors les films de cinéma et séries américaines récentes) ainsi que les programmes de flux constituent deux marchés pertinents distincts (A). La pratique décisionnelle opère également une segmentation des marchés amont selon le type de diffusion des contenus (linéaire et non linéaire) (B).
12. En l'espèce les parties sont simultanément actives à l'amont sur les marchés des programmes de stock, sur lesquels elles interviennent en qualité de vendeurs. Sur ces marchés TF1 opère également en tant qu'acheteur pour les besoins de son activité d'éditeur de chaînes.
13. Les parties sont également marginalement présentes sur les marchés de la publicité en ligne. Toutefois au regard de leur faible part de marché (inférieure à 6 %) tout risque d'atteinte à la concurrence peut être écarté sur ces marchés qui ne feront pas l'objet d'une analyse détaillée dans le cadre de la présente décision.

A. MARCHES DES PROGRAMMES TELEVISUELS

14. La pratique décisionnelle² a considéré qu'il convenait d'effectuer une distinction entre, d'une part, les programmes de stock et, d'autre part, les programmes de flux. Les critères traditionnels permettant de distinguer ces différentes catégories de contenus sont les différences constatées, d'une part, du côté de l'identité des vendeurs et des acheteurs et, d'autre part, en ce qui concerne les prix.

a) En ce qui concerne les programmes de stock

15. Le marché des programmes de stock comprend un ensemble de droits portant sur des produits tels que des fictions (séries hors séries américaines, téléfilms, mini-séries), des documentaires ou encore des animations, à l'exclusion toutefois des films de cinéma et des séries américaines récentes qui ont été considérés comme faisant partie de marchés pertinents distincts. Il convient en outre de préciser que les œuvres audiovisuelles européennes et d'expression originale française (« EOF ») font l'objet d'une réglementation spécifique prévoyant des obligations de contribution à la production et des quotas de diffusion, modifiée par décret³. S'agissant des obligations de contribution, les éditeurs de services de télévision en clair par voie hertzienne terrestre en mode analogique doivent au choix investir au moins 15 % de leur chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent dans des dépenses contribuant au développement des œuvres audiovisuelles européennes ou EOF, dont au moins 10,5 % dans des œuvres patrimoniales (première option), ou investir au moins 12,5 % de ce même chiffre d'affaires dans le financement d'œuvres patrimoniales (seconde option). Une « œuvre patrimoniale » est une émission relevant de l'un des genres suivants : fiction, animation, documentaire de création, y compris ceux qui sont insérés au sein d'une émission autre qu'un journal télévisé ou une émission de divertissement, vidéo-musique et captation ou recreation de spectacles vivants. Ainsi, sont désormais exclus de la définition les magazines et émissions de plateaux.
16. En outre, les chaînes ont une obligation d'investissement dans la production indépendante. Le taux de contribution a été fixé à 9 % pour les chaînes ayant choisi la première option, et à 9,25 % pour les chaînes ayant choisi la seconde.
17. Depuis le décret de 2010, les éditeurs qui financent une part substantielle du coût de l'œuvre peuvent détenir un droit sur les recettes d'exploitation, dans les conditions définies par son cahier des charges ou sa convention.
18. Par dérogation⁴ et dans les conditions prévues par le décret, l'éditeur de services peut détenir directement ou indirectement des parts de producteur et les mandats de commercialisation s'il a financé au moins 70 % du devis CNC de production de l'œuvre annexé au contrat de coproduction. Le décret prévoit, par ailleurs, que « *les mandats de commercialisation et les droits secondaires font l'objet d'un contrat distinct et doivent être négociés dans des conditions équitables, transparentes et non discriminatoires, précisées par les conventions et les cahiers des charges prenant en compte les accords conclus entre les éditeurs de services*

² Voir en ce sens les lettres du ministre de l'économie relatives aux opérations Canal +/UGC DA du 5 décembre 1996 et France Télévisions/TF1/CFII du 25 mai 2005.

³ Voir le décret n° 2010-747 du 2 juillet 2010 relatif à la contribution à la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles des services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre.

⁴ Voir le décret n°2015-483 du 27 avril 2015 portant modification du régime de contribution à la production d'œuvres audiovisuelles des services de télévision, résultant de l'article 29 de la loi n°2013-1028 du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public

et les organisations professionnelles de l'industrie audiovisuelle »⁵. Les parties indiquent que les négociations entre les organisations représentatives des producteurs et des distributeurs audiovisuels et les éditeurs de services ont débuté fin 2015 sans que les accords ne soient finalisés au jour de la présente décision.

19. En l'absence de prise en compte des accords interprofessionnels, l'une des conditions, pour que l'éditeur de services détienne des parts de producteur et/ou les mandats de commercialisation, est que « *le producteur ne dispose pour l'œuvre en cause ni d'une capacité de distribution, interne ou par l'intermédiaire d'une filiale ni d'un accord-cadre conclu avec une entreprise de distribution* »⁶.
20. Par ailleurs, les groupes qui exploitent plusieurs chaînes de télévision peuvent asseoir leur taux de contribution sur le chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble des chaînes qu'ils détiennent, ce qui est le cas pour TF1 et France Télévisions. Il convient également de relever que les règles applicables à l'étendue et à la durée des droits acquis sont régies par les accords interprofessionnels et diffèrent pour chacune des chaînes.
21. En ce qui concerne les quotas de diffusion, les éditeurs de chaînes (quel que soit le mode de diffusion) doivent diffuser au moins 60 % d'œuvres audiovisuelles européennes et 40 % d'œuvres EOF, sur l'ensemble des heures de programmation, mais également aux heures de grande écoute. Lorsque le chiffre d'affaires de l'éditeur est supérieur à 350 millions d'euros, 120 heures d'œuvres audiovisuelles européennes ou EOF doivent être diffusées entre 20 heures et 21 heures. Le décret du 2 juillet 2010 évoqué ci-dessus autorise les éditeurs à prendre en compte, à hauteur de 25 % de ce volume annuel, des œuvres en rediffusion.
22. Dans sa décision n°10-DCC-11 relative à l'acquisition des chaînes TMC et NT1 par TF1, l'Autorité a relevé qu'une grande partie des éditeurs satisfont très majoritairement leurs obligations de production et/ou de diffusion d'œuvres audiovisuelles patrimoniales EOF par des dépenses dans des œuvres de fiction. Elle a ainsi envisagé l'existence, au sein des programmes de stock, d'un marché spécifique des fictions EOF.

b) Les programmes de flux

23. Le marché des programmes de flux comprend différents programmes d'information, des magazines, des jeux, des variétés ou encore des émissions de plateau.
24. Par ailleurs, la pratique décisionnelle a envisagé un possible marché de l'acquisition de droits portant sur les images d'actualité (flux), tout en laissant les questions de l'existence de ce marché et de sa délimitation géographique ouvertes⁷. Les offreurs sur cet éventuel marché sont les deux grandes agences de presse, APTN (Associated Press Television News) et Reuters, mais aussi des sociétés indépendantes (CAPA, Point du jour, etc.).
25. Les parties notifiantes ne remettent pas en cause ces segmentations.

c) Segmentation entre les programmes inédits et les programmes « de catalogue »

26. Les chaînes gratuites disposent de deux circuits d'acquisition pour les programmes de stock et, en particulier, les fictions EOF. Les chaînes peuvent d'abord acheter les droits de diffusion

⁵ Voir l'article 15b) du décret n°2010-747, résultant du décret n°2015-483 précité.

⁶ Voir l'article 15 c) du décret n°2010-747, résultant du décret n°2015-483 précité.

⁷ Lettre du ministre de l'économie C2006-83 du 26 octobre 2006 aux conseils des sociétés France Télévisions et TF1 relative à une concentration dans le secteur des chaînes thématiques.

auprès du producteur du programme au moment de l'élaboration de son plan de financement. On parle alors de « préachats » de droits de diffusion, ces investissements étant comptabilisés au titre des obligations des chaînes gratuites en matière de financement de la production audiovisuelle française. Les chaînes gratuites peuvent également acheter des droits de diffusion sur des programmes existants, auprès des producteurs ou des distributeurs détenteurs de droits. On parle alors de contrat d'achat.

27. La pratique décisionnelle a segmenté le marché des droits relatifs aux œuvres cinématographiques et aux séries télévisées selon le fenêtrage de diffusion mais ne s'est pas prononcée sur le marché des droits relatifs aux programmes télévisuels. Compte tenu des spécificités réglementaires, les parties notifiantes proposent une sous-segmentation entre les programmes inédits et les programmes de catalogue (les programmes ayant déjà fait l'objet d'une diffusion).
28. Cette segmentation n'a toutefois fait l'objet d'aucun consensus pour ce qui concerne les programmes de flux parmi les répondants au test de marché effectué au cas d'espèce. En revanche s'agissant des programmes de stock, la grande majorité des répondants est favorable à la distinction entre les programmes inédits et les programmes de catalogue.
29. En l'espèce, la question d'une segmentation entre les programmes inédits et les programmes de catalogue peut être laissée ouverte, dans la mesure où, quelle que soit la délimitation retenue, les conclusions de l'analyse demeurent inchangées.

B. DELIMITATION GEOGRAPHIQUE

30. La pratique décisionnelle définit les marchés de programmes de stock et de flux comme se limitant au territoire français, dans la mesure où les droits sont acquis uniquement pour le territoire national ou, tout au plus, pour une même zone linguistique⁸. Il en va de même en ce qui concerne le marché spécifique des droits portant sur les fictions EOF.

C. SEGMENTATION SELON LE MODE DE DIFFUSION

1. RAPPEL DE LA PRATIQUE DECISIONNELLE

31. La pratique décisionnelle considère qu'il n'est pas nécessaire de distinguer autant de marchés d'acquisition de droits de contenus destinés à une diffusion télévisuelle qu'il existe de plateforme de distribution⁹. En effet, elle souligne que les droits acquis pour une diffusion télévisuelle portent, le plus souvent, sur l'ensemble des principales plateformes de distribution : satellite, hertzien (analogique et numérique), câble, internet. Les autorités ont en revanche retenu une segmentation des marchés amont en fonction du type de contenus¹⁰.
32. L'instruction du dossier n'a pas conduit à remettre en cause cette segmentation, approuvée par les parties notifiantes. Compte tenu de l'évolution du secteur de la télévision, il convient

⁸ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°10-DCC-11 précitée.

⁹ Voir notamment la lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'emploi du 15 avril 2008, aux conseils de la société française du Radiotéléphone SA, relative à une concentration dans le secteur des télécommunications C2007-181.

¹⁰ Lettre n° C2006-02, p. 6 et s. ; avis n° 06-A-13, p. 9 ; décision de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-11 du 26 janvier 2010 relative à la prise de contrôle exclusif par le groupe TF1 de la société NT1 et Monte-Carlo Participations (Groupe AB).

toutefois d'examiner la pertinence de l'identification d'un marché de l'acquisition de droits de programmes télévisuels destinés à une diffusion en télévision de rattrapage (2) ainsi que d'une segmentation de l'acquisition de ces programmes entre les droits destinés à des services de télévision classiques, dits linéaires de ceux destinés à des services de télévision « non linéaires » (tels la vidéo à la demande (« VàD ») et le Pay Per View (« PPV »)) (3).

2. S'AGISSANT DE LA TELEVISION DE RATRAPAGE

33. Selon les parties notifiantes, il n'y a pas lieu de retenir un marché spécifique de l'acquisition de programmes télévisuels destinés à une diffusion en télévision de rattrapage. Les services de télévision de rattrapage sont exclusivement composés de programmes diffusés de manière linéaire par la chaîne à laquelle ils se rattachent. Un seul contrat existe pour la diffusion linéaire et la diffusion en télévision de rattrapage, et aucun supplément de prix n'est prévu en cas de diffusion en télévision de rattrapage.
34. Dans son avis remis à l'Autorité lors de l'enquête de 2012¹¹, le CSA partageait ce point de vue dans la mesure où les droits relatifs à la télévision de rattrapage sont généralement commercialisés de manière indissociée des droits relatifs à la télévision linéaire¹². De même, la très grande majorité des acteurs interrogés dans le cadre du test de marché au cas d'espèce ne considère pas la télévision de rattrapage comme un segment particulier.
35. Il n'y a donc pas lieu, pour l'examen de la présente opération, de retenir un segment de marché distinct pour l'achat de droits destinés à une diffusion sur télévision de rattrapage.

3. S'AGISSANT DES DROITS DESTINES A UNE DIFFUSION « NON LINEAIRE »

36. Les parties notifiantes précisent que les droits de diffusion des programmes télévisuels destinés à des services de télévision non linéaires (VàD et VàD par abonnement, ou « VàDA ») font l'objet de contrats distincts. Ces droits existent pour la plupart des programmes de stock. S'agissant des programmes de flux, les parties notifiantes considèrent qu'il n'est pas pertinent de distinguer leur acquisition selon qu'ils sont diffusés en VàD ou en VàDA ce dernier mode de consommation étant encore très peu développé pour ce type de programmes.
37. Les éléments recueillis par l'instruction démontrent que la distinction entre les droits de diffusion destinés à des services de télévision non linéaire et ceux destinés à des services de télévision linéaire est pertinente s'agissant des programmes de stock et des fictions EOF. Elle est, en revanche, peu opérationnelle pour les programmes de flux, qui n'ont pas vocation à être rediffusés sur des services de télévision linéaire. La très grande majorité des répondants au test de marché a confirmé la pertinence de cette approche.
38. En l'espèce, la question d'une segmentation entre les droits destinés à la diffusion linéaire et les droits destinés à la diffusion non linéaire peut être laissée ouverte, dans la mesure où, quelle que soit la délimitation retenue, les conclusions de l'analyse demeurent inchangées.

¹¹ Avis n° 2012-11 du 22 mai 2012 à l'Autorité de la concurrence sur la notification de l'acquisition des sociétés Direct 8, Direct Productions, Direct Digital et Bolloré Intermedia par les sociétés Vivendi Universal et Groupe Canal Plus.

¹² Avis du CSA, p. 16.

III. Analyse concurrentielle

39. Compte tenu des activités des parties, l'opération est susceptible d'entraîner des effets horizontaux (A) et verticaux (B).

A. EFFETS HORIZONTAUX

40. Les activités des parties se chevauchent uniquement en matière de programmes de stock, marché sur lequel leurs parts de marché s'élèvent à [0-5] % pour TF1 et [10-15] % pour Newen, le nouvel ensemble représentant donc [10-20] % du marché à l'issue de l'opération.
41. Sur le seul segment des fictions EOF, les parts de marché des parties s'élèvent de la même manière à [0-5] % pour TF1 et [10-15] % pour Newen. A l'issue de l'opération, la nouvelle entité détiendra donc une part de marché de [10-20] %, l'opération n'entraînant de surcroît qu'un incrément limité de part de marché.
42. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché des droits de diffusion de programmes de stock et de fictions EOF.

B. EFFETS VERTICAUX

43. L'opération permettra au groupe TF1 de renforcer sa position sur les marchés amont de la commercialisation de droits de diffusion de programmes audiovisuels, marchés sur lesquels il est également présent en qualité d'acheteur. Elle entraîne donc un renforcement de l'intégration verticale du groupe. Or une concentration verticale peut restreindre la concurrence en rendant plus difficile l'accès aux marchés sur lesquels la nouvelle entité sera active, voire en évinçant les concurrents ou en les pénalisant par une augmentation de leurs coûts. On parle alors de « verrouillage » ou de « forclusion » des marchés. Une telle situation peut accroître le pouvoir de marché de la nouvelle entité et lui permettre d'augmenter ses prix ou de réduire les quantités offertes, notamment si l'entreprise intégrée refuse de vendre un intrant à ses concurrents en aval, ou fournit cet intrant à un prix élevé, dans des conditions défavorables ou à un niveau de qualité dégradé (on parle de « verrouillage des intrants »). Cette forclusion peut être totale, lorsque les concurrents ne sont plus du tout approvisionnés, ou partielle, lorsque le durcissement des conditions tarifaires entraîne une augmentation des coûts des concurrents.
44. Il convient donc d'examiner dans quelle mesure, à l'issue de l'opération, le groupe TF1 pourrait être incité à restreindre la capacité des chaînes concurrentes à s'approvisionner en programmes audiovisuels en verrouillant l'accès aux contenus produits par Newen de manière à dégrader la qualité de leur grille de diffusion.
45. Conformément à la pratique décisionnelle, la probabilité que l'opération fausse le jeu de la concurrence par des effets verticaux dépend de la capacité de TF1 à effectivement restreindre l'accès de ses concurrents aux droits des programmes télévisuels (a), de l'incitation du groupe à mettre en œuvre une telle stratégie (b) et des effets de cette stratégie sur les marchés en cause (c). En pratique, ces trois critères sont étroitement liés.

a) Sur la capacité de la nouvelle entité à verrouiller l'accès au marché de droits de diffusion

(i) Position des parties

La faisabilité et l'intérêt pour TF1 d'une stratégie visant à restreindre l'accès de ses concurrents aux droits de diffusion des programmes télévisuels qu'il détient dépendent en premier lieu de sa maîtrise de l'accès à ces droits. La pratique décisionnelle des autorités de la concurrence écarte en principe le risque que le renforcement vertical causé par une opération de concentration entraîne un effet de verrouillage lorsque la part de l'entreprise issue de l'opération sur les marchés concernés ne dépasse 30 %. Il convient donc au cas d'espèce d'analyser la position que détiendra TF1 après l'opération sur les marchés des droits des programmes télévisuels aussi bien du côté de l'offre de droits que du côté de la demande.

Du côté de l'offre

46. Newen commercialise des droits de diffusion de programmes télévisuels de stock et de flux. TF1, via sa filiale TF1 Droits Audiovisuels, intervient sur le marché des droits de diffusion de programmes télévisuels de stock.
47. Sur le marché des droits, Newen a réalisé un chiffre d'affaires de [...] d'euros en 2014 ([...] pour les programmes de stock, dont [...] pour les fictions EOF et [...] pour les programmes de flux), soit une part de marché estimée comprise entre 10 et 15 % pour les programmes de stock et les fictions EOF, et entre 5 et 10 % pour les programmes de flux¹³.
48. Le principal client de Newen est le groupe France Télévisions. Le tableau suivant décrit la répartition du chiffre d'affaires de Newen auprès de ses différents clients :

Clients	Proportion du chiffre d'affaires de Newen en 2014
France Télévisions	[80-90] %
TF1	-
M6	[0-5] %
Canal +	[0-5] %
Arte	[0-5] %

49. TF1 Production, filiale de TF1, n'intervient pas sur le marché puisque toute son activité est dédiée à la production interne. TF1 Droits audiovisuels, autre filiale de TF1, intervient sur le marché des droits des programmes de stock et sur le segment des fictions EOF par l'exploitation d'un catalogue de programmes¹⁴. Elle a réalisé un chiffre d'affaires de [...] d'euros en 2014 (dont [...] pour les fictions EOF), soit une part de marché comprise entre [0-5] % et [0-5] %.

¹³ Ces parts de marché sont communiquées par les parties.

¹⁴ Notamment les programmes Falco, Léo Mattei, Camping Paradis, Profilage, Clem.

Du côté de la demande

50. TF1 est un acheteur de droits de diffusion pour les chaînes qu'il édite. Un grand nombre de chaînes concurrentes, payantes ou non, spécialisées ou généralistes, acquièrent également des droits portant sur des programmes télévisuels. En 2014, TF1 a dépensé [...] d'euros pour l'achat de programmes télévisuels, toutes catégories confondues. Le volume d'achat global pouvant être estimé à environ 2,1 milliards d'euros en 2014, selon les données recueillies au cours de l'enquête, les parties notifiantes représentent [20-30] % du marché¹⁵.
51. Sur le marché plus étroit de l'acquisition de droits relatifs aux programmes de stock, les acquisitions de TF1 s'élèvent à [...] d'euros en 2014. Le marché total étant estimé à environ 1,1 milliard d'euros, TF1 représentera [20-30] % de la valeur des achats.
52. Sur le marché de l'acquisition des droits relatifs aux fictions EOF, les acquisitions de TF1 s'élèvent à [...] d'euros en 2014. Le marché total étant estimé à 523,8 millions d'euros, TF1 représentera [30-40] % de la valeur des achats.
53. Sur le marché de l'acquisition des droits relatifs aux programmes de flux, les acquisitions de TF1 s'élèvent à [...] d'euros en 2014. Le marché total étant estimé à environ 1 milliard d'euros, TF1 représentera [20-30] % de la valeur des achats.

Conclusion sur la position des parties

54. La nouvelle entité disposera de parts de marché inférieures à 30 % en valeur sur les marchés des droits de programmes télévisuels à l'issue de l'opération, aussi bien du côté de l'offre que du côté de la demande, à l'exception de la demande de programmes de fictions EOF où la nouvelle entité détient une part de marché de [30-40] %.
55. Or, les programmes de stock et en particulier les fictions EOF représentent un intrant indispensable pour l'édition des chaînes en clair dans la mesure où, en application du décret n° 2010-747, celles-ci sont dans l'obligation de diffuser au moins 60 % d'œuvres audiovisuelles européennes, dont 50 % d'œuvres audiovisuelles EOF. Compte tenu de ces contraintes réglementaires, le risque d'effet vertical concernant cette catégorie doit être examiné. En revanche, tout risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'un verrouillage de l'accès aux droits de programmes de flux peut être écarté.

(ii) Modalités d'acquisition des droits de diffusion

56. Selon les informations fournies par les parties notifiantes, Newen cède les droits qu'il détient, pour la fiction EOF, aux chaînes gratuites selon un processus de gré à gré, fiction par fiction, ce qui correspond aux pratiques commerciales normales du secteur. Des conventions de développement et des conventions littéraires sont développées avant que les accords de préachats ou de coproductions ne soient conclus. La négociation peut durer plusieurs mois. L'exclusivité sur les programmes correspond également à la pratique du marché, sa durée pouvant varier selon le programme concerné entre 12 et 60 mois.
57. Les parties notifiantes précisent que l'achat de plusieurs programmes auprès d'un même vendeur ne donne généralement pas lieu à l'octroi de remises. Les chaînes interrogées confirment cette analyse. Toutefois la moitié des producteurs interrogée propose ce type de remises.
58. En revanche, le fait pour un acheteur de droits de détenir plusieurs chaînes permet d'accroître le volume d'achat et, pour les programmes de stock, des droits de préemption peuvent être

¹⁵ Les parts de marché ont été reconstituées à partir des données du test de marché.

utilisés afin de garantir la circulation des droits sur les différentes chaînes par le biais de rediffusions.

(iii) Capacité des concurrents des parties à contrer un verrouillage des achats de programmes télévisuels

59. Sur le marché des droits, les parts de marché de TF1 et de ses concurrents, en 2014, sont représentées dans le tableau ci-après¹⁶ :

Groupes audiovisuels	Part de marché pour les programmes de stock	Part de marché pour les fictions EOF
TF1	[20-30] %	[30-40] %
France Télévisions	[40-45] %	[45-50] %
Canal +	[10-15] %	[10-15] %
M6	[5-10] %	[5-10] %
NextRadioTV	[0-5] %	-
NRJ	[0-5] %	[5-10] %
Arte	[5-10] %	[0-5] %
NBCU	[0-5] %	[0-5] %
Lagardère	[0-5] %	-

60. France Télévisions est le premier acteur sur le marché avec une part de marché supérieure à 40 %. TF1 est le deuxième acteur, suivi de Canal + et M6.

61. Du côté de l'offre, en revanche, le marché de la production et de la commercialisation de programmes télévisuels est très atomisé. Le CSA fait état de 972 producteurs actifs en 2013¹⁷ et la moitié des répondants au test de marché estiment qu'il n'existe aucune barrières significative à l'entrée sur ce marché¹⁸. Par conséquent, dans l'hypothèse où la nouvelle entité refuserait l'accès à ses programmes aux chaînes concurrentes ou favoriserait les chaînes de son groupe, les chaînes concurrentes disposeraient de sources d'approvisionnement alternatives vers lesquelles elles pourraient reporter leur demande et ainsi contrer l'éventuel verrouillage par TF1.

62. Newen fait notamment face à la concurrence de plusieurs producteurs importants sur le marché des programmes de stock. En particulier, sur ce marché, Lagardère détient une part de marché estimée entre 10 et 15 % et Zodiak Media détient une part de marché estimée entre 5 et 10 %. Par ailleurs, un grand nombre de producteurs détient une part de marché estimée

¹⁶ Les parts de marché ont été reconstituées à partir des données du test de marché.

¹⁷ « La diversité des producteurs sollicités par les groupes historiques de services de télévision 2010-2013 », CSA, page 21

¹⁸ Seulement deux répondants estiment que des barrières insurmontables existent

entre 0 et 5 % (notamment Kabo Productions, Tetra Media Studio, Son & Lumière, groupe JLA, groupe Elephant, Xilam Animation, Moonscoop IP, Gaumont, Normaal, Media Participations, Studio 100 Animation, Futurikon, Patrick Spica Productions, Troisième Œil, PMP, Maria Roche Productions, Production Tony Comiti). Les ordres de grandeur de parts de marché constatées dans le cadre de l'instruction sont similaires sur le seul segment des fictions EOF.

(iv) Dispositions contractuelles de nature à faire obstacle à la mise en œuvre d'une stratégie de verrouillage

63. Il ressort de l'instruction que, en pratique, une partie significative de droits de programmes télévisuels ne pourrait en toute hypothèse pas faire l'objet d'une stratégie de verrouillage compte tenu des droits octroyés aux diffuseurs. En effet, les préachats de droits de diffusion en clair par les groupes historiques de la télévision gratuite sont généralement assortis de droits de priorité et/ou de préemption, en application desquels ils disposent d'une option prioritaire d'achat de droits ultérieurs de diffusion, voire la possibilité de préempter toute acquisition par une chaîne tierce. Pour les contenus commercialisés par Newen et assortis de tels droits, TF1 ne serait par conséquent en aucune manière capable de mettre en œuvre une stratégie de verrouillage.
64. L'Autorité de la concurrence a déjà eu l'occasion de relever que les chaînes qui disposent des droits de diffusion inédits en clair *« restreignent l'accès à ce marché par plusieurs moyens dont certains ont été reconduits à l'occasion de la conclusion des derniers accords interprofessionnels avec les syndicats de producteurs : (...) droit de premier et de dernier refus : le producteur est tenu d'informer la chaîne de son intention de céder les droits portant sur l'œuvre dont elle a été coproductrice ou qu'elle a pré-achetée. Cette dernière a un certain délai pour faire valoir son droit de premier refus par lequel le producteur s'engage à négocier exclusivement avec elle. En cas d'échec de la négociation, le producteur est tout de même tenu d'informer la chaîne de l'existence d'une offre faite à un tiers. Si la chaîne fait valoir son droit de dernier refus dans un certain délai et propose un prix égal à celui demandé par le producteur au tiers, le producteur est alors tenu de lui céder les droits. Ce refus peut cependant dans certains cas être exercé en contrepartie d'une « simple » compensation (...) »*¹⁹.
65. L'étude des contrats-types fournis dans le cadre du test de marché par les différents diffuseurs a permis de vérifier que la présence de ces clauses dans les contrats est une pratique courante et généralisée.
66. Il convient de rappeler au cas d'espèce que Newen réalise près de [80-90] % de son chiffre d'affaires auprès du groupe France Télévisions. Ce dernier fait valoir que l'opération entraînerait à son égard un risque particulier, dans la mesure où TF1 pourrait priver le groupe de contenus importants produits par Newen, en particulier la série EOF *Plus Belle la Vie*. Il ressort toutefois de l'instruction que les contrats conclus entre France Télévisions et Newen sont garants d'une stabilité des relations contractuelles entre ces deux groupes.
67. Premièrement, le contrat sur le programme *Plus Belle la vie* comporte un « droit de suite », avec renouvellement automatique, selon des modalités financières prévues. Cette disposition impose ainsi à Newen de proposer en priorité à France Télévisions l'acquisition des droits pour toute suite de l'œuvre. Newen ne peut donc pas rompre unilatéralement le contrat à son terme, cette possibilité existant uniquement pour France Télévisions.

¹⁹ Décision n° 10-DCC-11 précitée, §282.

68. L'octroi de droits de suite est une pratique courante dans les contrats de préachats entre producteurs et diffuseurs. Il ressort de l'instruction que la détention d'un droit de renouvellement automatique du contrat sur le programme *Plus Belle la Vie* est, en revanche, peu courant et confère à France Télévisions une protection importante dans sa relation contractuelle avec Newen. Le contrat peut ainsi se renouveler de manière automatique, en respectant les conditions financières prévues et sans qu'une nouvelle négociation entre les parties soit nécessaire. En l'état de ces dispositions contractuelles, TF1 ne sera pas en mesure, à l'issue de l'opération, de s'opposer au renouvellement du contrat par lequel Newen produit *Plus Belle la Vie* pour France Télévisions.
69. Deuxièmement, les contrats relatifs au programme *Plus Belle la Vie* comportent des dispositions renforçant les droits dont dispose France Télévisions sur les saisons antérieures. Ces dispositions limitent la circulation des œuvres sur le marché au bénéfice de France Télévisions. Ainsi, après la dernière diffusion télévisuelle du programme et dans un délai [confidentiel], France Télévisions peut notifier son intention d'acquérir des nouveaux droits de diffusion [confidentiel]. Si France Télévisions y renonce et [confidentiel], il bénéficie toutefois d'un droit de dernier refus lorsque le producteur est saisi d'une offre d'acquisition des droits. Par ailleurs, en cas d'exercice du droit de suite sans rachat, le producteur ne peut pas, tant que l'œuvre ou ses suites seront en développement ou en production, en céder les droits sans l'accord de France Télévisions à des diffuseurs présents sur le territoire défini par le contrat. Le contrat prévoit également qu'une partie de la production de *Plus Belle la Vie* soit réalisée par [confidentiel].
70. Troisièmement, les dispositions contractuelles confèrent également à France Télévisions un pouvoir de validation des éléments déterminants de la qualité de la production de *Plus Belle la Vie*. [confidentiel]. Au sein même du contrat, France Télévisions dispose ainsi de moyens de contrôler le contenu du programme et ainsi de limiter la possibilité pour TF1 de déprécier la valeur de *Plus Belle la Vie*.
71. Quatrièmement, enfin, s'agissant des programmes autres que *Plus Belle la Vie*, le contrat portant sur le programme *Candice Renoir* comporte également un droit de suite ainsi que des dispositions identiques au programme *Plus Belle la Vie* pour les saisons antérieures. Pour les programmes de flux achetés à Newen, les contrats comportent un droit de suite et, pour la plupart, un droit de rachat sur les anciennes émissions soit à la fin des droits en cours²⁰, soit en cas d'offre concurrente²¹, ainsi qu'un droit de dernier refus pour la diffusion d'anciennes émissions sur d'autres antennes, tant que de nouvelles émissions sont en cours de développement ou de production pour France Télévisions²². A la différence du contrat *Plus Belle la Vie*, les droits de suite mentionnés dans les contrats précités ne sont pas encadrés et les contrats ne peuvent pas être renouvelés automatiquement. Le producteur s'engage cependant à proposer en priorité à France Télévisions l'acquisition des droits pour toute suite de l'œuvre et ce droit de suite ouvre alors « *une négociation à mener de bonne foi entre les parties* ».
72. Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, la capacité des parties notifiantes à mettre en œuvre une stratégie de verrouillage de l'accès aux droits de programmes télévisuels n'est pas établie.

²⁰ Pour les programmes *Les Maternelles* et *Enquête de santé*

²¹ Pour le programme *Magazine de la santé*

²² Pour les programmes *Les Maternelles* et *Magazine de la santé*

b) Sur l'incitation de la nouvelle entité à verrouiller l'accès aux droits

73. Comme le précisent les lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations, « *l'Autorité analyse de façon concrète la probabilité de l'adoption de stratégies de verrouillage par la nouvelle entité en prenant en considération tant les incitations à adopter de tels comportements que les facteurs de nature à diminuer, voire à éliminer, de telles incitations, y compris le caractère éventuellement illégal de ces comportements. Il s'agit de démontrer dans un premier temps que l'entreprise verticalement intégrée issue de l'opération sera incitée à verrouiller le marché. Cette incitation dépend de la rentabilité du verrouillage* »²³.
74. Un verrouillage de l'accès aux droits de programmes de stock et des fictions EOF de Newen pourrait permettre à TF1 d'augmenter l'attractivité des chaînes du groupe en appauvrissant la programmation audiovisuelle des chaînes concurrentes.
75. Toutefois, en verrouillant l'accès à ses droits de programmes télévisuels, TF1 se priverait d'une part substantielle des revenus de Newen. Les chaînes en clair sont en effet les premiers acheteurs de ce type de droit. Le premier client de Newen est France Télévisions qui représente près de [80-90] % de son chiffre d'affaires, si bien que la mise en œuvre d'une stratégie de verrouillage reviendrait à priver Newen de la quasi-totalité de ses revenus. Une stratégie consistant à restreindre l'accès aux droits sans en verrouiller totalement l'accès pourrait également conduire à des pertes similaires pour la nouvelle entité, les opérateurs en clair étant susceptibles de faire valoir leur contrepouvoir en reportant l'intégralité de leurs achats vers d'autres détenteurs de programmes. En l'espèce, les parties à l'opération ne sont d'ailleurs pas considérées, pour la grande majorité des répondants, comme des vendeurs incontournables.
76. De plus, compte tenu des quotas obligatoires de diffusion d'œuvres EOF, TF1 doit investir 12,5 % de son chiffre d'affaires dans la production audiovisuelle patrimoniale, dont au moins 9,25 % dans la production indépendante. Par conséquent, l'intégration des programmes de Newen aux grilles des chaînes du groupe TF1 contraindrait celui-ci à investir davantage auprès des producteurs indépendants. Ceci reviendrait, pour TF1, à augmenter son enveloppe globale d'investissement ou abaisser ses achats internes auprès de TF1 Production, dont l'activité serait ainsi affectée, ce qui diminue ses incitations à mettre en place une telle stratégie.
77. Les parties notifiantes précisent par conséquent que « *TF1 n'a aucun intérêt économique ou financier à altérer les relations commerciales de Newen avec les chaînes de télévision concurrentes, notamment celles du groupe France Télévisions* » et qu'« *une stratégie de verrouillage serait manifestement contraire aux intérêts des parties notifiantes qui sont d'assurer le maintien de la rentabilité et le développement du groupe Newen* ». Le pacte signé entre les parties prévoit d'ailleurs le maintien de la politique actuelle de Newen dans ses relations contractuelles, garanti par le co-contrôle de M. Larue sur FLCP aux côtés de TF1.
78. Par conséquent, même si la stratégie de verrouillage envisagée permettrait à la nouvelle entité d'augmenter les recettes publicitaires du groupe TF1, il paraît peu probable que cette augmentation compense la baisse de chiffre d'affaires que subirait Newen, compte tenu de l'importance des revenus tirés des chaînes en clair concurrentes, notamment France Télévisions, et l'augmentation corrélative des coûts de TF1.

²³ Lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relative aux concentrations, précitées, §466.

79. France Télévisions a néanmoins versé au dossier une étude relative à l'« *impact publicitaire du transfert de « Plus belle la vie* » [sur TF1] »²⁴. Selon cette étude, le gain d'un transfert du programme sur les écrans de TF1 s'établirait [confidentiel] . Dans tous les cas, l'étude est fondée sur le postulat que le transfert de *Plus Belle la Vie* s'accompagnerait d'un transfert d'audience proportionnel ou supérieur à la puissance actuelle de TF1. France Télévisions estime qu'un tel transfert serait possible, nonobstant le droit de suite dont il bénéficie. Selon France Télévisions, TF1 pourrait en effet mettre en œuvre une stratégie consistant à dégrader la qualité de *Plus Belle la Vie*, ce qui entraînerait [confidentiel].
80. Toutefois, outre le fait que la mise en œuvre d'une stratégie de dégradation du programme paraît peu vraisemblable, compte tenu notamment des dispositions contractuelles visées ci-dessus conférant à France Télévisions un pouvoir de validation sur les éléments déterminants de la qualité de la production, un tel scénario n'est pas crédible. En effet, le renoncement de France Télévisions à son droit de suite supposant une diminution significative de l'audience de *Plus Belle la Vie*, les perspectives de gain d'un tel transfert pour TF1 seraient d'autant diminuées. Les hypothèses de gain sur lesquelles l'étude de France Télévisions repose sont par conséquent dépourvues de fondements et contradictoires avec le scénario dont le groupe se prévaut.
81. Il s'ensuit qu'aucun élément au dossier ne permet d'établir que TF1 serait incité à adopter une stratégie généralisée de verrouillage des intrants à l'issue de l'opération.

c) Les effets d'une stratégie de verrouillage

82. Compte tenu des développements précédents, la mise en place d'une stratégie de verrouillage de l'accès au marché des droits des programmes de stock, dont les fictions EOF, n'aurait que peu d'impact. En effet, la part de marché de Newen est comprise entre 10 et 15 % sur le marché atomisé des droits de programmes télévisuels de stock et sur le segment des fictions EOF.
83. Toutefois, dans sa réponse au test de marché, le groupe France Télévisions a fait valoir qu'une stratégie de verrouillage des contenus de Newen entraînerait un risque particulier pour le groupe compte-tenu de l'importance de sa relation commerciale avec le producteur. Premièrement selon France Télévisions, l'opération soulèverait un risque d'accès à l'information sensible : TF1 aurait accès aux données stratégiques des diffuseurs s'adressant à Newen et en particulier celles de France Télévisions. Deuxièmement, l'opération pourrait permettre à TF1 de restreindre l'accès de France Télévisions aux programmes à fort potentiel d'audience, et notamment la série *Plus Belle la Vie*, diffusée sur France 3, en se les appropriant ou en exploitant les droits non linéaires.
84. En premier lieu, s'agissant de l'accès à l'information, il convient de relever que la pratique par laquelle certains diffuseurs acquièrent des droits de diffusion de programmes auprès de sociétés de production détenues par des diffuseurs concurrents est courante sur le marché, sans soulever de difficultés liées à la confidentialité de données sensibles relatives aux politiques commerciales ou éditoriales des différentes chaînes. Le groupe France Télévisions a lui-même déjà acquis des programmes auprès de TF1 Production en 2013 et en 2014²⁵. Les trois quarts des diffuseurs ayant répondu au test de marché ont également fait état d'achats auprès du groupe TF1. Pour sa part, TF1 achète lui-même des droits de diffusion auprès de

²⁴ Etude d'impact publicitaire du transfert de « Plus belle la vie », [confidentiel], 15janvier 2016.

²⁵ Réponse de France Télévisions à la question 16 du test de marché

groupes concurrents, notamment auprès du groupe Lagardère (éditeur de la chaîne Gulli)²⁶ ou encore auprès de Fremantle²⁷, filiale du groupe RTL qui détient la chaîne M6. TF1 coproduit certains programmes avec Tandem, une filiale de Canal Plus²⁸. L'achat de droits de diffusion de programmes audiovisuel entre groupes disposant également d'activités concurrentes de diffusion est donc une pratique courante de marché qui ne soulève aucune difficulté liée à l'accès à l'information sensible. France Télévisions fait notamment valoir que l'opération permettrait à TF1 de connaître les castings, les projets en développement, les scénaristes et directeurs de production, ainsi que les dates de livraison et de diffusion. Les éléments au dossier ne permettent toutefois pas d'établir dans quelle mesure l'accès à de telles informations permettraient à TF1 de porter atteinte à la capacité de France Télévisions d'animer la concurrence. Au demeurant, s'agissant de programmes existants diffusés quotidiennement, un grand nombre de ces informations sont publiques.

85. En second lieu, s'agissant du risque de mise en œuvre d'une stratégie de verrouillage de l'accès à certains programmes, France Télévisions met en avant sa contribution au développement de la fiction EOF et le caractère non-substituable du programme *Plus Belle la Vie*, dont le groupe n'est cependant pas coproducteur, ni ne détient les marques liées à ce programme. France Télévisions expose également ses contraintes réglementaires plus lourdes que les autres diffuseurs dans la mesure où le groupe doit investir 20 % de son chiffre d'affaires dans la production réglementée, dont 75 % dans la production indépendante. La réglementation empêcherait donc France Télévisions de compenser la perte des programmes produits par Newen par des programmes produits en interne. Newen fournit [...] % des fictions EOF de France Télévisions et en détient les mandats de commercialisation.
86. Contrairement à ce qu'annonce France Télévisions, les résultats du test de marché ne permettent d'attester le caractère incontournable des contenus produits par Newen. Il convient de noter cependant qu'un programme financé par une chaîne durant plusieurs années et qui devient identitaire de la chaîne, comme *Plus belle la vie*, pourrait être considéré comme difficilement substituable.
87. Toutefois, comme expliqué dans les développements précédents, les contrats passés par France Télévisions avec Newen, en particulier pour l'acquisition des droits de diffusion de *Plus Belle la Vie* sont assortis de dispositions protégeant les droits de France Télévisions sur ce contenu et qui feraient obstacle à la mise en œuvre d'un comportement de verrouillage.
88. De plus, France Télévisions reste le premier acheteur sur le marché des droits, avec une part d'achat supérieure à 40 %. De nombreuses alternatives à Newen sont disponibles sur le marché dans la mesure où Newen ne représente qu'entre 10 et 15 % du marché des programmes de stock et des fictions EOF. Il ressort en outre de l'instruction et des déclarations publiques de France Télévisions que le groupe a de sa propre initiative stoppé les négociations pour l'acquisition de nombreux programmes produits par Newen depuis l'annonce de l'opération. Ces contenus ne sont donc pas incontournables pour France Télévisions.
89. Enfin, les ressources de France Télévisions étant constituées majoritairement des redevances publiques, l'hypothèse théorique d'un verrouillage des programmes produits par Newen n'aurait qu'un effet très limité sur ses revenus. Le chiffre d'affaires du groupe s'élève en effet à [...] milliards d'euros, dont environ [...] % ([...] millions d'euros) de recettes publicitaires.

²⁶ Pour les programmes *Joséphine Ange Gardien*, *Clem*, *Julie Lescaut* par exemple

²⁷ Pour les programmes *Le Juste Prix*, *Famille en or* par exemple

²⁸ Pour le programme *Crossing Lines* par exemple

Les recettes publicitaires réalisées grâce à la diffusion des [...] principaux programmes produits par Newen s'élèvent à [...] millions d'euros soit [...] % des recettes publicitaires et seulement [...] % du chiffre d'affaires du groupe. Le programme *Plus Belle la Vie* comme les autres contenus acquis auprès de Newen ne sont donc nullement déterminants pour l'équilibre économique et la compétitivité de France Télévisions.

90. Au surplus, le groupe TF1, par la voie de son président, a adressé à l'Autorité de la concurrence une lettre en date du 20 janvier 2016 par laquelle il réitère son intention de développer les activités de Newen et certifie qu'il ne demandera pas à modifier ou amender les droits et conditions contractuelles accordés par Newen à France Télévisions. Il certifie également qu'il n'interférera en aucune manière dans les négociations entre Newen et France Télévisions concernant les droits de diffusion du programme *Plus Belle la Vie*, notamment pour la commercialisation de droits de diffusion sur des services de vidéo à la demande par abonnement. Cette lettre, dont l'Autorité prend acte, est annexée à la présente décision.
91. En conséquence, la présente opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux sur les marchés des droits des programmes de stock et des fictions EOF.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 15-205 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre



LE PRESIDENT DIRECTEUR GENERAL

Monsieur Bruno Lasserre
Président
Autorité de la concurrence
11, rue de l'échelle
75001 Paris

Boulogne, le 20 janvier 2016

Monsieur le Président,

Depuis l'annonce du rapprochement des groupes TF1 et Newen, France Télévisions a exprimé à plusieurs reprises de vives inquiétudes sur les conséquences de cette opération à son égard.

Je souhaite, par le présent courrier, répondre à ces inquiétudes.

En acquérant le contrôle conjoint de Newen, TF1 a pour objectif de développer son pôle de production dans le cadre d'une stratégie de diversification de ses activités. Comme je l'ai indiqué à plusieurs reprises, il ne s'agit en aucune façon d'une opération d'intégration verticale par laquelle TF1 chercherait à acquérir, ou se réserver, les droits sur des formats ou programmes produits par le groupe Newen pour le compte d'autres diffuseurs.

Bien au contraire, nos accords ont expressément prévu de laisser à Monsieur Fabrice Larue et au management actuel de Newen, la gestion de la société au quotidien sans modifier la politique commerciale actuellement suivie, et en particulier ses relations avec ses clients diffuseurs.

Ces accords ont volontairement tenu compte de la relation ancienne et partenariale qui lie Newen à France Télévisions, son principal client, avec le souci de ne pas interférer dans la poursuite des productions en cours et des projets à venir.

Afin de lever toute préoccupation de France Télévisions à cet égard, TF1 certifie par la présente qu'il ne demandera pas à modifier ou amender les droits et conditions contractuelles accordés par Newen à France Télévisions. Je fais notamment référence au droit au renouvellement automatique des conditions de production et de diffusion de la série « *Plus Belle La Vie* » pour le préachat des futures saisons (y compris ses conditions financières à travers un ajustement automatique du prix).

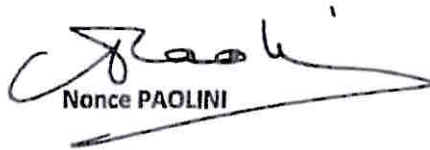


Par ailleurs, TF1 certifie également qu'il n'interférera en aucune manière dans les négociations entre Newen et France Télévisions concernant les droits de diffusion de cette série, notamment pour la commercialisation de droits de diffusion sur des services de vidéo à la demande par abonnement (« SVoD »). De la même manière, TF1 ne demandera aucune modification des dispositions contractuelles applicables aux autres programmes produits par Newen pour France Télévisions, qui bénéficiera notamment comme aujourd'hui des droits de suite en vigueur.

D'une manière générale, je vous confirme que TF1 n'aura pas vocation à s'ingérer dans les négociations entre Newen et France Télévisions, celles-ci étant de la compétence des équipes et du management de Newen et couvertes par des règles de confidentialité.

J'adresse copie de la présente à Madame Delphine Ernotte, présidente de France Télévisions, et me tiens à sa disposition pour m'entretenir avec elle afin que soient levées toutes les inquiétudes qui auraient pu naître à l'annonce de ce rapprochement.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de ma haute considération.



Nonce PAOLINI

cc : Madame Delphine Ernotte, Présidente de France Télévisions
France Télévisions - 7, esplanade Henri de France, 75907 Paris